

**Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины
«GR-технологии»**

Направление подготовки – 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) – «Государственное и муниципальное управление»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – очная, заочная

Год начала подготовки – 2020

Цель изучения дисциплины	определение базовых понятий GR и лоббизма, основных GR-технологий и технологий лоббистской деятельности, особенностей профессиональной работы в условиях развития социальных медиа; умении выделять основные субъекты и объекты GR, овладении навыками планирования и организации мероприятий в области связей с общественностью, управлении деятельностью в сфере профессиональных компетенций GR-специалиста
Задачи	<ul style="list-style-type: none">– познакомить обучающихся с основными определениями и содержанием понятия GR и лоббизма;– познакомить обучающихся с основными GR-технологиями в сфере взаимодействия органов государственного и муниципального управления и бизнеса, НКО; технологиями лоббистской деятельности;– познакомить обучающихся со сравнительной характеристикой GR коммерческого и некоммерческого сектора;– научить обучающихся конструировать мероприятия в области связей с общественностью.
Содержание тем дисциплины	<p>Тема 1. Теория GR: основные понятия и концепции Понятие «Government Relations». Субъекты и объекты GR. Методология исследования GR и лоббизма. Профессиональные навыки, качества и знания GR-специалиста.</p> <p>Тема 2. Технологические субъекты GR GR-департамент. Организационная структура и функции. Консалтинговая компания. Типовые задачи, цикл и функции GR-консалтинга. Оценка эффективности работы GR-департамента и GR-менеджеров.</p> <p>Тема 3. Этика GR и лоббизма Этика, мораль и нравственность: определение базовых понятий. Этика лоббизма и government relations как вид профессиональной этики. Общественное благо как нравственное основание GR и лоббизма. Кодексы профессионального поведения. Проблема реализации этических норм.</p> <p>Тема 4. Основные GR-технологии Основные этапы GR-деятельности. Прямое взаимодействие с органами государственной власти. Воздействие на лиц, принимающих решения, через экспертное сообщество. Корпоративная социальная ответственность. Поддержка политической деятельности. Неэтичные GR-технологии: astroturfing, greenwashing, sockpuppeting</p> <p>Тема 5. Стратегии и модели использования СМИ в GR Роль информации в принятии решений, проблема асимметричного распространения информации. СМИ как дистрибьютор информации и политического влияния.</p>

Медиастратегии в GR-деятельности. Информационная политика в GR-коммуникациях. Концепция ключевых сообщений и практика продвижения ключевых сообщений в средствах массовой информации. Инструменты и способы создания новостного повода.

Тема 6. GR-коммуникации в современной интернет-среде

Возможности GR-коммуникаций в Интернете. Веб 2.0 и социальные медиа: основные характеристики и функции. GR-технологии в эпоху социальных сетей. Риски и перспективы онлайн-коммуникаций.

Тема 7. Теория лоббизма

Основные понятия и концепции. Группы интересов и лоббизм. Понятие лоббизма: основные традиции определения. Структура лоббистских отношений. Типология лоббизма. Основные технологии лоббирования. Основные модели отношения к лоббизму.

Тема 8. Современные теоретические подходы к изучению лоббизма

Лоббирование интересов бизнеса в контексте теории выработки частного политического курса. Теория доступа, плюрализм, корпоративизм и сетевой подход к изучению лоббизма.

Тема 9. Законодательное регулирование лоббизма

Традиции легального определения: США и Россия. Регистрация, отчеты и иные практики регулирования лоббизма. Основные стратегии регулирования лоббизма.

Тема 10. Законодательный лоббизм в России

Объекты законодательного лоббизма в Российской Федерации. Современные аспекты законодательного лоббизма. Другие возможности лоббизма в парламенте РФ.

Тема 11. Лоббизм в ЕС

Брюссель как крупный лоббистский центр. Законодательные и общественные формы контроля за лоббистами в ЕС. Особенности лоббирования различных органов власти ЕС. Лоббисты ЕС. Общественные и частные интересы брюссельских лоббистов: общественные организации vs. Корпорации. Особенности лоббирования в ЕС.

Тема 12. Лоббизм в Германии

Из истории лоббизма в Германии. Корпоративный лоббизм в Германии. Организация парламентской работы с лоббистами.

Тема 13. Лоббизм в США

Из истории лоббизма в США. Вашингтон как крупный лоббистский центр. Корпоративный лоббизм в США. Особая роль grassroots-лоббирования в США. Сравнение лоббизма в США и ЕС.